

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

В статье представлен аналитический обзор производственной деятельности потребительской кооперации, определены основные проблемы ее развития и определяющие их факторы, предложены отдельные направления развития для производственной деятельности потребительской кооперации.

The article presents an analytical review of production activity of consumer cooperatives, identifies the main problems of its development and the factors that define them and suggests the specific areas of development for production activities of consumer cooperatives.

Ключевые слова: потребительская кооперация; производственная деятельность; объем производства; заработная плата.

Key words: consumer cooperatives; production activity; volume of production; wages.

Введение

Для выявления проблем производственной деятельности потребительской кооперации был проведен анализ динамики объемов производства и оценено место потребительской кооперации в выпуске пищевой продукции Республики Беларусь. Причины возникновения отдельных проблем доказываются оценкой объективных статистических данных. Предложены отдельные направления дальнейшего развития производственной деятельности потребительской кооперации.

Производственная деятельность потребительской кооперации базируется на материально-технической базе, представленной 69 хлебозаводами и хлебопекарнями, 32 цехами по производству кондитерских изделий, 72 цехами по производству мяса и колбасных изделий, 13 цехами по производству безалкогольной продукции и розливу минеральной воды, 15 цехами по производству рыбы, 5 цехами по производству алкогольных напитков (плодово-ягодных вин и пива), 5 цехами и участками по переработке плодоовощного сырья, включая его быструю заморозку, 4 цехами по производству прочих пищевых продуктов (макаронных изделий, семечек, чипсов и т. д.), 96 цехами по производству непродовольственных товаров. Указанные цеха и участки относятся к объектам малой производственной мощности. Из более крупных объектов, занимающихся производством товаров, следует выделить УП «Белкооппрогресс», УП «Гомельский завод торгового оборудования», УП «Борисовский комбинат текстильных материалов Белкоопсоюза», УП «Минский пищевой комбинат Белкоопсоюза», УП «Ушачский овощесушильный завод», филиал «Шарковщинский консервно-овощесушильный завод», УП «Полоцкая универсальная база», ПУП «Рогачевский консервный комбинат», «Молодечненский пищевой комбинат», ПУП «Червенский производственно-пищевой завод», УП «Клецкий производственно-пищевой завод», Краснослободский консервный комбинат Солигорского райпо.

Ассортимент пищевой продукции, выпускаемой организациями кооперативной промышленности, насчитывает более 500 наименований. Он включает хлебобулочные и кондитерские изделия, мясные продукты, безалкогольные напитки и минеральную воду, плодово-ягодные вина, мясные, мясорастительные, фруктовые и овощные консервы (первые обеденные блюда, закуски, солянки, салаты, огурцы и томаты маринованные, томатные соусы, кетчупы, аджику, соки и нектары фруктовые и овощные, фруктовые консервы, в том числе из дикорастущих ягод и т. д.). Ассорти-

мент непродовольственной продукции включает изделия из ПВХ (окна, двери и т. п.), рекламную продукцию, торговое оборудование, швейные изделия, гвозди и сетку-рабицу, гигиенические бумажные изделия, металлоизделия, ритуальные изделия и т. д.

Динамика основных видов пищевой продукции по Белкоопсоюзу представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика объемов производства основных видов пищевой продукции по Белкоопсоюзу за 2012–2015 годы

Вид продукции	Цепной темп роста, в % к предыдущему году				2015 год в % к 2011 году
	2012	2013	2014	2015	
Рыба пищевая	84,02	108,85	112,05	108,33	111,02
Колбасные изделия	77,50	90,32	92,86	88,46	57,50
Консервы	64,38	73,40	78,26	122,22	45,21
Мясо	99,13	113,54	111,15	117,99	147,62
Мясные полуфабрикаты	106,52	112,24	108,18	103,36	133,70
Макаронные изделия	45,39	58,57	71,22	123,21	23,33
Кондитерские изделия	86,05	94,59	91,43	106,25	79,07
Хлеб и хлебобулочные изделия	98,83	91,26	95,97	100,72	87,18
Алкогольная продукция	62,50	120,00	108,33	100,00	81,25

Примечание – Собственная разработка на основании данных источников [1, с. 43–46], [2, с. 42–45], [3, с. 21], [4, с. 42–45], [5, с. 42–45].

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что в 2015 году по сравнению с предыдущим годом объемы производства основных видов пищевой продукции увеличились, за исключением объемов выпуска колбасных изделий. Однако по отношению к 2011 году выросли только объемы производства рыбы пищевой на 11,02%, мяса – на 47,62% и мясных полуфабрикатов – на 33,7%. В анализируемом периоде наблюдается устойчивая тенденция снижения производства колбасных изделий. При этом выпуск мясных полуфабрикатов из года в год растет. Так как сырьем для того и другого вида продукции является мясо, то следует отметить, что произошло перераспределение использования сырья в пользу мясных полуфабрикатов. Объясняется это тем, что перед потребительской кооперацией, как и перед другими субъектами хозяйствования страны, стоит задача снижения энергоемкости производства. Производство полуфабрикатов требует в 1,5–2 раза меньше энергетических затрат на 1 рубль произведенной продукции.

Для оценки роли производства товаров потребительской кооперацией в экономике страны используются показатели удельного веса продукции, выпущенной потребительской кооперацией, в объеме производства соответствующих товаров в целом по стране (таблица 2).

Таблица 2 – Удельный вес производства основных видов пищевой продукции Белкоопсоюза в общем объеме соответствующих видов продукции Республики Беларусь за 2011–2015 годы

Вид продукции	1990	2011	2012	2013	2014	2015
Рыба пищевая	7,91	1,03	0,85	0,78	0,76	0,80
Колбасные изделия	21,01	1,38	1,05	0,96	0,90	0,87
Консервы	17,99	11,43	7,34	5,37	–	–
Мясо	–	2,78	2,51	3,54	3,05	3,37
Мясные полуфабрикаты	–	5,47	5,03	9,18	7,02	8,63
Макаронные изделия	–	1,45	0,63	0,35	0,27	0,33
Кондитерские изделия	3,98	2,79	1,88	1,75	1,08	–
Хлеб и хлебобулочные изделия	42,14	17,82	17,88	17,73	18,34	18,61
Алкогольная продукция	2,61	3,39	2,31	2,84	3,00	3,20

Примечания: 1. По некоторым показателям за 1990 и 2014–2015 годы данные отсутствуют в связи с изменениями в статистическом учете.
2. Собственная разработка на основании данных источников [1, с. 43–46], [2, с. 42–45], [3, с. 21], [4, с. 42–45], [5, с. 42–45], [6, с. 293–308].

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что в 1990 году системой потребительской кооперации производилось свыше 42% от всего объема выпуска хлеба и хлебобулочных изделий, свыше 21% колбасных изделий, почти 18% от объема выпуска консервов, около 8% пищевой рыбы и 4% кондитерских изделий. Однако постепенно в течение 25 последних лет удельный вес производимой потребительской кооперацией продукции в общем объеме производства страны снизился. В 2015 году промышленностью Белкоопсоюза производилось 18,61% хлеба и хлебобулочных изделий, 0,87% колбасных изделий, 0,8% пищевой рыбы. Необходимо отметить, что в последние пять лет удельный вес производства таких продовольственных товаров как рыба пищевая, колбасные изделия, консервы, макаронные изделия, кондитерские изделия имеет устойчивую тенденцию снижения, а производство хлеба и хлебобулочной продукции потребительской кооперацией сохраняется относительно на одном уровне в пределах 17,5–18,6%.

Основным покупателем пищевой продукции, выпускаемой потребительской кооперацией, является собственная торговая сеть и сеть общественного питания. Степень обеспечения собственной торговли отдельными пищевыми продуктами представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Степень обеспечения торговой сети потребительской кооперации Республики Беларусь отдельными видами пищевой продукции собственного производства за 2011–2015 годы

Вид продукции	2011	2012	2013	2014	2015
Рыба пищевая	12,12	6,97	6,47	7,32	10,27
Колбасные изделия	16,84	9,67	7,89	7,55	6,46
Макаронные изделия	5,59	2,16	1,54	1,08	1,45
Кондитерские изделия	19,52	11,81	10,58	9,55	11,97
Хлеб и хлебобулочные изделия	47,51	48,29	48,10	47,53	51,31
Алкогольная продукция	33,45	17,87	20,69	22,25	25,40
Примечание – Собственная разработка на основании данных источников [1, с. 43–46], [2, с. 42–45], [3, с. 21], [4, с. 42–45], [5, с. 42–45]					

Данные таблицы 3 показывают, что в 2015 году производственные цеха и участки потребительской кооперации обеспечивали торговой сети Белкоопсоюза 10,27% розничного товарооборота рыбы пищевой, 6,46% товарооборота колбасных изделий, 11,97% товарооборота кондитерских изделий, 25,4% товарооборота алкогольной продукции (плодово-ягодных вин и пива), 51,31 % товарооборота хлеба и хлебобулочных изделий. Стоит отметить, что по сравнению с 2011 годом доля практически всех видов пищевой продукции, выпущенной потребительской кооперацией, в розничном товарообороте аналогичных товаров торговой сети Белкоопсоюза сократилась, за исключением хлеба и хлебобулочных изделий.

Проблема снижения производства товаров в потребительской кооперации Республики Беларусь объясняется рядом причин:

- ростом конкуренции со стороны частного сектора экономики;
- снижением численности населения, обслуживаемого потребительской кооперацией, и его реальных доходов;
- падением спроса на ряд видов продукции;
- старением материально-технической базы по выпуску продукции и отсутствием возможностей по ее обновлению из-за ухудшения финансового положения.

Отдельные из причин носят достаточно объективный характер. Например, во времена Советского Союза из-за дефицита предложения комбикормов население вынуждено было приобретать для откорма скота хлеб, а развитие в стране производства хлебопродуктов вызвало снижение спроса на хлеб и хлебобулочные изделия. Падение спроса на плодоовощные консервы объясняется ростом производства тепличных овощей и развитием внешнеторговых связей. В результате население Республики Беларусь имеет возможность круглогодично покупать свежие плоды и овощи.

Одним из факторов, вызывающих снижение объемов производства в потребительской кооперации Республики Беларусь, является демографическая ситуация в стране. Снижение численности населения вызывает объективное уменьшение общего объема спроса на производимую продукцию.

Данные о динамике численности населения, обслуживаемого системой потребительской кооперации, представлены в таблице 4.

Показатели	На 1 января соответствующего года					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1. Численность населения по Респуб- лике Беларусь:						
количество, тыс. чел.	9 481,2	9 465,2	9 463,8	9 468,1	9 480,9	9 498,4
цепные темпы роста, %	99,80	99,83	99,99	100,05	100,14	100,18
2. Численность сельского населения Республики Беларусь:						
количество, тыс. чел.	2 358,8	2 290,2	2 242,9	2 193,4	2 155,9	2 128,3
цепные темпы роста, %	97,35	97,09	97,93	97,79	98,29	98,72
3. Численность населения, обслужи- ваемого потребкооперацией, всего:						
количество, тыс. чел.	3 656,2	3 586,1	3 514,9	3 514,8	3 413,9	3 378,1
цепные темпы роста, %	106,56	98,08	98,01	100,00	97,13	98,95
В том числе:						
сельского:						
количество, тыс. чел.	2 358,1	2 289,5	2 242,2	2 192,7	2 155,3	2 127,7
цепные темпы роста, %	97,09	97,93	97,79	98,29	98,72	97,09
городского:						
количество, тыс. чел.	1 298,1	1 296,6	1 272,7	1 322,0	1 258,6	1 250,4
цепные темпы роста, %	99,89	98,15	103,88	95,20	99,35	99,89
4. Удельный вес численности насе- ления, обслуживаемого потребкоопе- рацией, в численности населения Республики Беларусь, %	38,56	37,89	37,14	37,12	36,01	35,56
Примечание – Собственная разработка на основании данных источника [6, с. 18–26] и Белкоопсоюза.						

Вторым фактором, определяющим спрос на выпускаемую продукцию в стране и в том числе в потребительской кооперации, выступают реальные доходы населения, динамика которых представлена в таблице 5.

[illegible]

Данные таблицы 5 свидетельствуют, что динамика реальных доходов на душу населения не имеет устойчивой тенденции. Если в 2012 году по сравнению с предыдущим годом реальные доходы на душу населения выросли на 22,01%, то в последующие два года наблюдается тенденция замедления их роста, т. е. в 2013 году прирост показателя составил 16,24%, в 2014 году – только 0,66%. В 2015 году реальные доходы на душу населения уже не росли, а снижались. В целом за анализируемый период они выросли на 34,33%.

Одной из важнейших составляющих доходов является заработная плата. Динамика среднемесячной заработной платы представлена в таблице 6.

Таблица 6 – Динамика номинальной и реальной среднемесячной заработной платы по Республике Беларусь за 2011–2015 годы

Год	Номинальная среднемесячная заработная плата, тыс. р.	Динамика, номинальной заработной платы		Сводный индекс потребительских цен		Реальная заработная плата в ценах 2011 года, тыс. р.	Динамика реальной заработной платы	
		к предыдущему году, раз	к 2011 году, раз	к предыдущему году, раз	к 2011 году, раз		к предыдущему году, %	к 2011 году, %
2011	1 899,8	–	–	–	–	1 899,8	–	–
2012	3 676,1	1,94	1,94	1,592	1,592	2 309,1	121,54	121,54
2013	5 061,4	138	2,66	1,183	1,883	2 687,5	116,39	141,46
2014	6 052,4	120	3,19	1,181	2,224	2 721,1	101,25	143,23
2015	6 715	1,11	3,53	1,135	2,524	2 659,9	97,75	140,01

Примечание – Собственная разработка на основании данных источника [6, с. 110].

Данные таблицы 6 свидетельствуют, что реальная среднемесячная заработная плата до 2015 года ежегодно росла, и только в 2015 году по сравнению с 2014 годом снизилась на 2,25 %. В целом наблюдается рост этого показателя на 40,01%.

Тем не менее, потребительская кооперация может ориентироваться на платежеспособный спрос обслуживаемого ею населения, а это, как отмечалось выше, в основном сельское население. В определенной мере уровень его реальных доходов можно оценивать по соотношению среднемесячной заработной платы работников сельского хозяйства со средней заработной платой по Республике Беларусь (таблица 7).

Таблица 7 – Соотношение номинальной среднемесячной заработной платы по отдельным видам деятельности и среднемесячной заработной платы в целом по Республике Беларусь за 2011–2015 годы, %

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
Средняя заработная плата в целом по Республике Беларусь	100	100	100	100	100
Промышленность	110,3	110,6	107,9	104,3	100,9
Сельское хозяйство	70,1	75,3	76,3	76,1	73,7
Промышленность потребительской кооперации	53,2	63,8	63,0	62,4	60,2

Примечание – Собственная разработка на основании данных источника [6, с. 110].

Согласно данным таблицы 7, среднемесячная заработная плата работников сельского хозяйства в анализируемом периоде не превышала 76,3% от ее среднереспубликанского уровня. В 2015 году работники сельского хозяйства получали заработную плату на 26,3% меньше, чем в среднем по стране. Это и определяет платежеспособный спрос обслуживаемого населения.

Третий фактор, определяющий объемы производства продукции, это мотивация к высокопроизводительному труду. В промышленности потребительской кооперации уровень заработной платы ниже как по сравнению со среднереспубликанским, так и по сравнению с уровнем заработной платы в сельском хозяйстве (таблица 8).

Таблица 8 – Соотношение среднемесячной заработной платы промышленности потребительской кооперации со средней заработной платой промышленности и сельского хозяйства Республики Беларусь за 2011–2015 годы, %

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
Соотношение среднемесячной заработной платы в промышленности потребительской кооперации со среднемесячной заработной платой:					
в промышленности Республики Беларусь	48,23	57,70	58,41	59,82	59,62
в сельском хозяйстве Республики Беларусь	75,88	84,74	82,61	81,99	81,63
Примечание – Собственная разработка на основании данных источника [6, с. 110].					

Согласно информации, представленной в таблице 8, среднемесячная заработная плата в промышленности потребительской кооперации была ниже ее уровня в сельском хозяйстве в 2011 году более чем на 24%, а в 2015 году – на 18,37%. Между среднемесячной заработной платой в промышленности потребительской кооперации и промышленности Республики Беларусь наблюдаются более значительные диспропорции. Так, в 2011 году работники производственных объектов Белкоопсоюза получали заработную плату на 51,77% ниже, чем в целом по промышленности страны, а в 2015 году – на 40,38%, что свидетельствует о низком уровне мотивации труда в отрасли, что может приводить к снижению эффективности использования труда, а соответственно к уменьшению физических объемов производства.

Четвертым фактором, влияющим на снижение объемов производства отдельных видов продукции потребительской кооперацией Республики Беларусь, является конкуренция на рынке товаров и услуг. В определенной степени об этом влиянии можно судить по динамике производства продукции, выпускаемой потребительской кооперацией, в расчете на одного обслуживаемого жителя (таблица 9).

Таблица 9 – Объемы производства отдельных видов продукции в расчете на 1 жителя, обслуживаемого системой потребительской кооперации Республики Беларусь, за 2011–2015 годы

Вид продукции	2011	2012	2013	2014	2015
Рыба пищевая, кг	0,20	0,17	0,18	0,21	0,22
Колбасные изделия, кг	1,10	0,86	0,77	0,72	0,64
Консервы, условных банок	4,03	2,60	1,91	1,49	1,82
Мясо, кг	6,38	6,32	7,18	7,98	9,42
Мясные полуфабрикаты, кг	2,54	2,71	3,04	3,29	3,40
Макаронные изделия, кг	0,153	0,069	0,041	0,029	0,036
Кондитерские изделия, кг	1,19	1,02	0,97	0,88	0,94
Хлеб и хлебобулочные изделия, кг	28,44	28,11	25,65	24,62	24,80
Пиво, дал	0,44	0,28	0,33	0,36	0,36
Примечание – Собственная разработка автора на основании данных источников [1, с. 43–46], [2, с. 42–45], [3, с. 21], [4, с. 42–45], [5, с. 42–45].					

Данные таблицы 9 свидетельствуют о том, что потребительская кооперация в расчете на 1 обслуживаемого жителя меньше всего производит макаронных изделий (36 г на человека) и рыбы пищевой (220 г). За анализируемый период снизилось производство на 1 жителя колбасных изделий с 1,1 кг до 0,64 кг, консервов – более чем в 2 раза, кондитерских изделий – на 21%, хлеба и хлебобулочных изделий – почти на 13%. Рост объемов производства продукции на 1 обслуживаемого жителя наблюдается только по мясу и мясным полуфабрикатам.

Также проблемой для производственных организаций потребительской кооперации является невозврат денежных средств оптовыми покупателями за приобретенную готовую продукцию.

Для организаций потребительской кооперации в целях улучшения их хозяйственной деятельности предлагается:

1. Использовать взаимозачеты дебиторской и кредиторской задолженности.

2. Осуществлять факторинговые операции, при которых выкупается краткосрочная дебиторская задолженность факторинговой компанией. Клиенту выплачивается 75–90% стоимости требований. После оплаты продукции покупателем факторинговая компания доплачивает остаток суммы поставщику, удерживая процент с него за предоставленный кредит и комиссионные платежи за оказанные услуги. Выгода для производителя в данном случае очевидна, так как у него появляются свободные денежные средства и устраняется проблема взыскания собственных средств у дебитора.

Для хлебопекарного производства потребительской кооперации в качестве основных направлений развития можно предложить продвижение собственной продукции как на внутренний, так и на внешний рынок товаров и услуг.

Для достижения данной цели следует использовать следующие меры:

- Сохранять имидж надежного поставщика произведенной продукции. Для этого поставка хлеба и хлебобулочных изделий в магазины должна быть организована по графикам, при разработке которых необходимо учитывать график поставок этой продукции конкурентами, т. е. по принципу «мы предлагаем продукцию раньше конкурента». Главное условие – точное соблюдение разработанных графиков.

- Промышленные организации потребительской кооперации должны иметь собственные интернет-сайты, на которых необходимо представить информацию о деятельности организации с целью благоприятного позиционирования на внутреннем рынке и завоевания рынков стран ближнего зарубежья для наращивания экспортного потенциала. На таких сайтах можно предоставлять информацию об особенностях и рецептурах выпускаемой продукции, например, о преимуществах употребления населением того или иного вида хлеба с медицинской точки зрения, с точки зрения питательности и т. п. Также через сайт и другие интернет-ресурсы можно рекламировать свою продукцию, привлекая к этому копирайтеров.

- На этикетках упакованного хлеба помимо необходимой информации следует публиковать дополнительную рекламную, тем самым акцентировать внимание покупателей на отдельных свойствах данного вида хлеба и его рецептуры. Информация в данном случае должна быть только правдивой, ни в коем случае нельзя вводить покупателя в заблуждение.

- Для освоения новых видов продукции, повышения качества и технического уровня продукции, т. е. повышения конкурентоспособности продукции, промышленных организаций и системы потребительской кооперации в целом необходимо внедрять технологические инновации, позволяющие получить экономический эффект, выражающийся в увеличении производительности труда, оптимизации себестоимости продукции.

- Расширять ассортимент и улучшать качество выпускаемого хлеба и хлебобулочных изделий. Перспективным направлением в данном случае может служить использование в хлебопечении такого ингредиента, как картофельные хлопья, который применяется для улучшения вкуса и аромата изделий и позволяет продлить свежесть продукта. При этом потребительская кооперация может организовать производство таких хлопьев на собственных овощесушильных и консервных предприятиях. Помимо хлебопечения картофельные хлопья могут использоваться в производстве колбасных изделий, мясных паштетов и овощно-мясных консервов. Сырьем для их производства может служить картофель, закупленный у населения. Реализация на экспорт картофеля из личных подсобных хозяйств, как правило, затруднена из-за того, что сложно сформировать отгрузочную партию одного сорта картофеля, а реализация картофельных хлопьев на экспорт в определенной мере эту проблему решает.

Заключение

Таким образом, потребительская кооперация для осуществления производственной деятельности обладает в основном объектами малой производственной мощности, однако имеются и крупные объекты. Кооперативная промышленность выпускает более 500 наименований продовольственной и непродовольственной продукции. Анализ динамики производства потребительской кооперацией пищевой продукции показал, что за анализируемый период вырос только выпуск рыбы пищевой, мяса и мясных полуфабрикатов. Наблюдается устойчивая тенденция снижения производства колбасных изделий вследствие перераспределения использования сырья в пользу мясных полуфабрикатов для снижения энергетических затрат на 1 рубль произведенной продукции. Необходимо отметить, что в анализируемом периоде удельный вес производства таких продовольственных товаров как рыба пищевая, колбасные изделия, консервы, макаронные изделия, кондитерские изделия имеет устойчивую тенденцию снижения, а производство хлеба и хле-

бобулочной продукции потребительской кооперации сохраняется приблизительно на одном уровне в пределах 17,5–18,6%.

Таким образом, для потребительской кооперации существуют проблемы снижения объемов производства продукции и несвоевременного возврата дебиторской задолженности покупателями за приобретенную готовую продукцию.

В качестве направлений развития производственной деятельности потребительской кооперации предложено применять факторинговые операции, осуществлять дальнейшее продвижение собственной продукции на внутренний и внешний рынки путем расширения ассортимента и улучшения качества продукции, диверсификации деятельности

Список использованной литературы

1. **Основные** показатели финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2011 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2012. – 65 с.
2. **Основные** показатели финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2012 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2013. – 64 с.
3. **Основные** показатели финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2013 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2014. – 34 с.
4. **Основные** показатели финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2014 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2015. – 63 с.
5. **Основные** показатели финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2015 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2016. – 63 с.
6. **Статистический** ежегодник Республики Беларусь. 2015 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол. : И. В. Медведева (пред. редкол.) [и др.]. – Минск, 2016. – 524 с.

Получено 27.06.2017 г.